

24/01/11

Satisfacción municipal por los excelentes resultados registrados en FITUR

Gran interés de los visitantes por Chiclana como destino turístico y por las actividades para la conmemoración del Bicentenario de la Batalla

El Ayuntamiento de Chiclana está muy satisfecho con los resultados obtenidos en la pasada edición de la Feria Internacional del Turismo (FITUR) que se desarrolló a lo largo de la pasada semana en Madrid. Centenares de profesionales y personas a título particular se interesaron por los dos espacios que Chiclana tuvo en la feria turística más importante de España y una de las más relevantes a nivel internacional.

El Bicentenario de la Batalla de Chiclana ha ocupado un espacio propio y destacado dentro del espacio ocupado por el Patronato de Cádiz. En él, el coordinador para la conmemoración de dicho evento, José Antonio Ureba, durante los dos primeros días; y una técnica municipal del área de Turismo del Ayuntamiento de Chiclana, han atendido a medio millar de persona que ha solicitado información sobre este evento a muy distintos niveles. Así, algunos han mostrado interés por la faceta militar y bélica del evento, otros por los hechos históricos que lo rodean y muchos por la programación lúdica y festiva que rodea esta conmemoración. De este modo, la Batalla de Chiclana se convierte en un aliciente más para visitar la ciudad, dotando a la localidad de la relevancia y dándole la trascendencia histórica que merece.

Estos visitantes han recibido numeroso material relacionado con la Batalla: folletos explicativos, marcapáginas-calendarios, los dos primeros números de los cómic... Documentos eminentemente visuales que pretenden dar a conocer el contexto y el desarrollo de uno de los dos conflictos bélicos catalogados como batallas que se produjeron en Andalucía durante la Guerra de la Independencia.

A este respecto, la delegada municipal de Cultura, Nadine Fernández, ha destacado la fuerza que esta acción ha tenido para dar a conocer este evento histórico en toda España. "La Batalla de Chiclana no es tan conocida como debiera por su importancia histórica. Por eso nuestra presencia destacada en FITUR ha sido un impulso para que estos hechos sean conocidos por miles de personas llegados desde todos los puntos del país y también por numerosos profesionales a nivel internacional". "Además, es una oportunidad de sumar en materia cultural y también lúdica a la ya amplia oferta turística que tenemos en la ciudad. La programación de actividades previstas para estas fechas suponen un atractivo más para conocer Chiclana desde otro punto de vista que va más allá de nuestra magnífica oferta de sol y playa. Así, estamos trabajando en proyectos como la organización de rutas turísticas o en algunas obras emblemáticas que espero puedan continuar en el tiempo para que los beneficios de esta conmemoración sean duraderos", ha añadido.

Por otro lado, Chiclana como destino turístico ha vuelto a convertirse en un espacio preferente en FITUR. La playa de La Barrosa ha presidido el espacio dedicado a Chiclana en la Feria con un gran cartel que ha llamado la atención de todos los visitantes. La campaña 'La Barrosa, seguramente la mejor playa de España' ha vuelto a convertirse en un excelente vehículo para transmitir a todos los asistentes la belleza y espectacularidad del litoral chiclanero, acompañado por un marco medioambiental incomparable.

"La maravillosa imagen de nuestra playa ha tenido un importante impacto sobre los visitantes, captando desde un primer instante su atención. Creo que hemos acertado al apostar por la excelencia de nuestra playa como muestra de nuestros recursos turísticos, como gancho o punto de atracción para que, una vez que se acercaban a nuestro stand, poder vender toda nuestra oferta: la mejor y mayor plaza hotelera de la Costa de la Luz, una oferta hostelera de gran calidad, turismo relacionado con la salud, el deporte, el Medio Ambiente y la Cultura", ha apuntado la delegada municipal de Turismo, Ángeles Polanco.

"También hemos aprovechado esta gran ventana al sector turístico para explicar otros dos proyectos de futuro que buscan la consolidación de una oferta cultural y de ocio en la ciudad que sea complementaria a la de sol y playa en época estival y alternativa durante los meses de otoño e invierno. En definitiva, dos proyectos que trabajarán para la consecución de ese objetivo que tanto buscamos y deseamos en Chiclana: la desestacionalización turística de nuestro destino. Para ello, el Ayuntamiento invertirá 1,6 millones de euros en habilitar el Museo del Vino y la Sal y poner en valor una parcela de 1.500 metros cuadrados en la Loma, que contará con espacios lúdicos y deportivos. Son ideas de futuro que conseguirán que sigamos avanzando en el camino de la excelencia", ha añadido. "Además, los datos aportados por el informe de Exceltur, que sitúan a los hoteles de Chiclana como los segundos del país en relación a la rentabilidad por plaza hotelera, demuestran que estamos trabajando en la dirección correcta", ha añadido.